

STEREOTIP JENIS KELAMIN PADA IKLAN NIAGA DI RADIO SWASTA INDONESIA

SKRIPSI

KIC

File S. 312/97

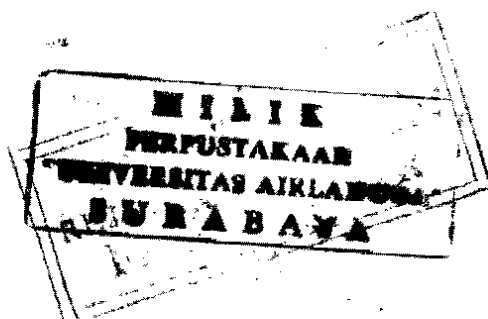
yan
S



Disusun oleh :

YUNI YANTI

NPM : 078110195

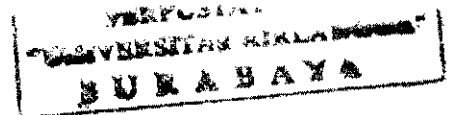


PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1989

STEREOTIP JENIS KELAMIN PADA IKLAN NIAGA DI RADIO SWASTA INDONESIA

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga
Untuk Melengkapi Sebagian Tugas Guna Mendapatkan
Gelar Sarjana Sosiologi**



Disusun oleh :

YUNI YANTI
NPM : 078110195

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
1989**

Menyetujui
Dosen Pembimbing

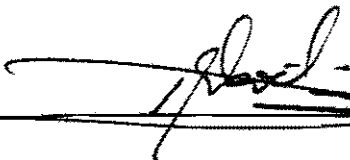
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dede Oetomo', is written over a horizontal line.

DR. DEDE OETOMO
Nip. 131453131

**Skripsi Ini Telah Dipertahankan Di Hadapan Komisi Penguji
Pada Tanggal : 16 Oktober 1989**

Komisial Penguji Terdiri Dari :

Ketua,



DR. DEDE OETOMO

Nip. 131453131

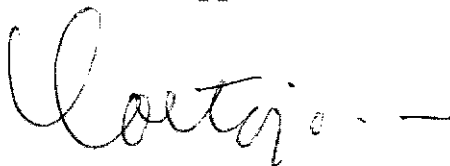
Anggota,



dr. R. KOENTO, MPH, MA

Nip. 130178024

Anggota,



Drs. SOETOJO DARSOSENTONO, MS.

Nip. 130431372

ABSTRAK

Dalam kehidupan masyarakat dewasa ini, iklan telah merupakan bagian hidup sehari-hari, sering kali dijumpai pada bermacam-macam media salah satunya adalah radio.

Telah menjadi suatu kelaziman bagi industri priklan untuk memperlak wanita. Wanita sering diperlakukan dari segi seks dan keindahan tubuh mereka, peranan yang dituntut atau diberikan sering hanya sebagai hiasan, dan hanya layak kerja di rumah/di dapur mengurus rumah tangga dan anak saja. Lain halnya dengan laki-laki yang sering digambarkan atau memainkan peranan sebagai seorang yang gagah, sukses dan senantiasa membuat keputusan penting.

Dengan melihat adanya gejala tersebut, maka penulis ingin meneliti bagaimana diskriminasi dan stereotip jenis kelamin pada iklan niaga di radio swasta. Adapun tujuan penelitian ini adalah menyumbangkan sesuatu pada dunia pendidikan pada umumnya dan dunia periklanan khususnya, dan memberikan sumbangan studi mengenai pembagian peran jenis kelamin dalam rangka usaha menyempurnakan emansipasi wanita. Sumber data yang digunakan adalah iklan di radio suara MTB dari bulan Juni sampai bulan Agustus 1988. Iklan yang ada jumlahnya 45, sedangkan yang dipakai sebagai sampel hanya 40, karena yang diambil hanya iklan niaga, dengan menggunakan teknik Content Analysis atau analisa isi. Sedang tipe penelitian yang dipakai adalah tipe peneliti-

an diskriptif. Teknik pengolahan datanya menggunakan klasifikasi data menurut kategori yang telah ditetapkan dalam konsep dan variabel meliputi : sasaran, bentuk, jenis barang yang ditawarkan dan cara penyampaian iklan.

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa diskriminasi jenis kelamin pada iklan di radio terdapat dalam sasaran iklan, dimana lebih banyak ditujukan untuk wanita. Sedangkan jenis barang yang banyak ditawarkan adalah kosmetik untuk wanita dan obat-obatan untuk laki-laki. Selanjutnya diketahui pula bahwa dalam cara penyampaian iklan yang digambarkan dalam peran kerja, wanita lebih banyak diperankan di dalam rumah, dengan tugas-tugas rumah tangga. Sedangkan laki-laki lebih banyak diperankan di luar rumah, misalnya di kantor, di lapangan.

Wanita dipandang atau dicitrakan lebih konsumtif oleh pembuat atau pemesan iklan. Hal ini menyebabkan stereotip wanita semakin membaku menjadi stereotip wanita menarik, terawat dan pasif serta terikat pada dunia rumah tangga. Sedang laki-laki digambarkan dunianya lebih heterogen di bidang pekerjaan dan lapisan sosial.